



**Universidade do Minho**  
Escola de Direito

## O Período de Fidelização e os “Ginásios”:

A Bela Adormecida figura da Resolução do Contrato por Alteração das Circunstâncias

O culto desportivo tem sofrido um incremento significativo no nosso país ao longo dos últimos anos, fruto de uma mudança de mentalidade da própria sociedade.

Como não poderia deixar de ser, a par de tudo, o Direito tem que evoluir de modo a acompanhar as mutações do quotidiano. Sucede que, no conspecto da matéria da relação estabelecida entre pessoas singulares e ginásios, ao contrário do que aconteceu com as telecomunicações, existe ainda uma preocupação acrescida e que merece uma pronúncia direta e concisa acerca do *modus operandi* daquelas entidades.

Apercebemo-nos, muito pelo fomento dos media, que a política concorrencial é diariamente levada à risca, existindo muita oferta ao nível dos serviços que os ginásios procuram oferecer.

Sem prejuízo, tal circunstância alerta-nos para a necessidade de tutela da figura do consumidor – que, lembre-se, será sempre havido, a priori, como a parte mais fraca de uma cadeia contratual.

O consumidor muitas vezes depara-se com situações nas quais se encontra totalmente desprotegido e à mercê dos interesses e imposições da entidade que lhe prestará o serviço ou, no caso de vários ginásios, que possibilitará o acesso a um local e à utilização de instrumentos desportivos.

Como consequência das políticas adotadas por parte de tais entidades, banalizou-se, a nosso ver erradamente, o termo “fidelização”: hoje em dia fideliza-se por qualquer razão, criando-se um vínculo que, muitas das vezes, é levado a extremismos que parecem sobrepor-se a figuras jurídicas que merecem destaque e aplicabilidade prática no âmbito das relações estabelecidas entre particulares.

Em primeiro lugar, e conforme tem vindo a ser o entendimento jurisprudencial recente, é necessário que ao falar-se de fidelização esta acarrete, em contraposição, como “outra face da moeda”, um real e efetivo benefício para o consumidor (o que, diga-se, não raras vezes nem sequer é, realmente, analisado ou ponderado).

Em segundo lugar, realce-se que apesar de Portugal não ter uma legislação específica que se dedique exhaustivamente à questão dos períodos de fidelização estabelecidos pelos ginásios, existe uma panóplia de textos e preceitos legais que poderão, sempre, ser invocados quer numa fase pré-contratual, quer no decurso da vigência do referido contrato.

A este respeito, veja-se que a Constituição da República Portuguesa, o Código Civil, a Lei da Defesa do Consumidor, a lei que regula os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento contratual, bem como o Decreto-Lei relativo às cláusulas contratuais gerais, preveem mecanismos de regulação de tais matérias, bem como estatuem aplicações essenciais para a análise desta tão peculiar e alegada convergência de vontades.



**Universidade do Minho**  
Escola de Direito

O consumidor que contrata com um ginásio, por via de regra, não tem presente qual a entidade que, de facto, explora o mesmo. Ademais, ao consumidor é fornecido, inicialmente, e a título de proposta contratual, um mero “formulário” que constitui o “anexo” de uma série de cláusulas contratuais ditas “gerais” que, conforme é prática (não admissível), não são informadas, analisadas, nem sequer negociadas. Ora, é exatamente por via da existência destas “cláusulas contratuais gerais” que se depreende a sua hipotética utilização em casos de estabelecimento de períodos de fidelização por parte dos ginásios, já que da leitura do seu artigo 22.º resulta que são cláusulas absolutamente proibidas aquelas que “[p]revejam prazos excessivos para a vigência do contrato ou para a sua denúncia”.

Por outro lado, recorrentemente o consumidor depara-se com uma atitude levada a cabo por parte dos responsáveis de ginásios no sentido de estes não permitirem uma resolução ou alteração contratual quando as circunstâncias que determinaram a prática (e a vontade) contratual se alteram. Na opinião daqueles, a única solução é o “pagamento dos montantes devidos e compreendidos período fidelizado”. Ora, se a própria possibilidade de previsão de um período de fidelização longo já origina uma séria discussão quanto à sua legalidade prática, vozes mais altas se levantarão quando existe um extremismo tendente à manutenção contratual em casos de manifesta alteração das circunstâncias (pense-se, por exemplo, nos casos de alteração de domicílio efetivo do consumidor, onde, por um lado, o ginásio não tem instalações na nova cidade – o que impossibilita uma “alteração contratual” que preveja, ainda assim, a manutenção do vínculo - e, que os ginásios tendem a estabelecer, unilateralmente, e em prejuízo do consumidor, que a resolução do contrato só operará com o pagamento antecipado de todas as prestações até ao término do período de fidelização).

Nesse sentido, urge “acordar” a figura que, conscientemente, tem estado adormecida em relação à prática que descrevemos supra: a figura da resolução com base na alteração das circunstâncias, prevista no artigo 437.º do Código Civil.

Em jeito de remate, assume-se como necessário, a nosso ver, conferir uma maior preocupação à regulação da atividade dos ginásios e *health clubs* em nome da proteção do consumidor (bem como, aliás, no sentido de proteger essas mesmas entidades!): tal regulação deverá sempre ter em consideração a imprescindibilidade de regulamentação específica da matéria de períodos de fidelização, que podem consubstanciar verdadeiras maçãs “envenenadas” oferecidas ao consumidor, e que não raras vezes se baseiam em cláusulas contratuais desprovidas de qualquer tipo de negociação, explicação, prestação de informação associada, e ainda previsão de quaisquer benefícios que se assumam como “reverso da medalha”, garantindo a respetiva sinalagmática.

**Mestre Isa Meireles**

Assistente Convidada da Escola de Direito da Universidade do Minho